

# 探皇家小窖，游窖藏基地

## ——齐鲁晚报带领消费者解密泰山酒业集团

到了酿造车间，一股扑鼻酒香迎面而来，摄人心扉。工人们沿袭着混蒸混烧、清蒸混烧的酿酒工艺，腾腾白雾下，汩汩原酒流淌而出。“这酒的度数一定很高，至少60度，应该是还需要加工沉淀。”尝了一口刚酿出的原酒，一位消费者说。

□本刊记者 孟萌 于成功

10月26日一大早，齐鲁晚报的读者就从济南出发，开始了探寻泰山美酒的旅途。由山东省白酒协会、山东省糖酒副食品商业协会、齐鲁晚报主办，山东省白酒品牌推进委员会承办的鲁酒有约带领消费者亲眼见证泰山酒的酿造过程，亲身体验泰山窖藏酒的储藏环境，亲口品尝泰山美酒。

### 皇家小窖 消费者探寻酿酒秘籍

到了酿造车间，一股扑鼻酒香迎面而来，摄人心扉。工人们沿袭着混蒸混烧、清蒸混烧的酿酒工艺，腾腾白雾下，汩汩原酒

流淌而出。“这酒的度数一定很高，至少60多度，应该是还需要加工沉淀。”尝了一口刚酿出的原酒，一位消费者当场表示度数高，即便如此，还是不忘多尝两口原酒的味道。

泰山酒业集团总工程师、国家级白酒评委武金华在皇家小窖窖池群前告诉读者，泰山小窖容积仅为5立方米，表面积为14.5平方米。表面积和容积的比高达3:1，这种

窖池大大增加了酒醅与窖泥的接触面积，从而使酒醅在发酵过程中生成更多的香味物质，生产出来的酒自然“窖香浓郁，主体香突出，酒体丰满，回味悠长”。

“以前只知道泰山酒好喝，但是如何酿造却了解的不多，这次通过鲁酒有约，大开眼界，不仅看到了传说的皇家小窖，而且亲身体验了酒的酿造过程，不虚此行。”不远千里从烟台来到泰安参加鲁酒有约活动的李先生夫妇看到独特的小窖感慨道。

### 太空育种 神秘菌种打造尖端品质

泰山酒业集团自从2010年成为

中国航天事业合作伙伴以后，持续支持中国航天事业发展，2011年，泰山酒业的酿酒菌种搭乘神舟八号航天飞船进入太空，在空间环境的宇宙粒子、微重力、弱地磁、高真空等综合环境因素作用下，酿酒菌种已经产生巨大变化。“中国航天是高科技、高品质的象征，泰山酒业与航天的合作，表明泰山酿酒同样追求高品质，追求技术升级和科技创新。”泰山酒业市场部经理吴修刚介绍道。

2013年，齐鲁晚报联合泰山酒业集团推出全球首款“太空酒”——“神十飞天酒”。这款酒产于神舟十号发射之际，紧密联系中国航天事业的重大事件，与茅台、五粮液共同登台“中国酒业公众大奖”，获得“营销创新大奖”。也成为山东白酒获得的唯一奖项。

### 贴近百姓 泰山酒香飘出山东

泰山酒业的泰山特曲和五岳

独尊品牌不仅畅销省内，更是鲁酒开拓省外市场的引领者和成功典范。“五岳独尊”凭借浓郁的口感、过硬的品质、独到的营销，遍布全国的专卖店以及“放水养鱼”的经销策略，在浙江、江苏、广东、海南等地畅销十余年，甚至远销中国港澳及韩国。在白酒业集体下滑的大环境下保持持续增长，受到消费者广泛好评。泰山酒业集团副总经理孟兆岭告诉记者：“大众酒依然是市场主导，只要坚持贴近百姓市场不动摇，靠品质立足，稳扎稳打做好有效市场，把渠道做到压缩和扁平化，只有这样，启动才能更快，根基才能更稳。”

泰山酒业位于驰名中外的泰山脚下，山灵水秀。或许是受五岳之首深厚文化积淀的熏陶，让泰山酒业在成长过程中始终稳中求进，正是因为这种“性格”，让泰山酒业无论是顺势还是逆势都能保持着自己前进的步伐，成为鲁酒大地甚至整个行业一颗耀眼的明星。

## 寻找当年泰山特曲的感觉

相约去泰山酒厂，除了爱酒以外，肯定是要追寻年轻时喝“低泰”的感觉了。齐鲁晚报鲁酒有约直通车要去参观泰山酒厂，就给我们这些爱酒者提供了这个难得的机会。

上世纪九十年代初，当时的泰山酒厂推出了低度泰山特曲，旋即受到热烈的追捧，“那时候酒场上都要拼英雄，你要能喝上一瓶低泰，都会向你伸大拇指指头，那时我就能喝一瓶，照样骑自行车回家”，消费者代表老韩骄傲地说，神情中带着一种成就感。那个时候，泰山特曲确实迎合了山东大汉那种畅饮美酒时的豪迈和爽朗，而山东人对泰山特曲的喜爱又成就了它当时的辉煌。

泰山酒厂总工程师武金华介绍说：“泰山应当说被专家认可的有三美——白菜、豆腐、水；也就是说泰山酒用泰山泉水做的，这对酒的品质起了决定性的作用，这是大家公认的，泰山酒之所以能被消费

者认可，最重要的是酒的品质非常好。”

这次参观的最大收获是公司破例允许消费者代表参观地下酒窖，与其他酒厂将原酒存放在金属大罐中不同的是，泰山酒厂的基酒是存入地下酒库的，偌大的酒库里面摆满了近一人多高的装满酒的大缸，地面上却有很多井口，打开井盖酒香扑鼻，里面全是亮晶晶的原酒。

“老李呀，快来尝尝。”来自烟台的刘恩礼发现了酒库门口的原浆酒，呷了一口，“醇中带甜，果然美不虚传。好酒！美酒！”“这是存放了一定时间的基酒，只有存放到一定时间才能品尝或者出库。”武总工介绍说。

一天的参观结束了，许多消费者仍是意犹未尽的感觉，这一次到访亲眼见证了世界数量最大的小窖池，参观了贮满美酒的地下酒库，返回的旅程一路上仍然十分热闹。

(李思敏)

## 相约泰山下 欢乐鲁酒行

作为“五岳独尊”的泰山，一直以来都被称作是万物孕育之所的“吉祥之山”、“神灵之宅”，更有“泰山安，四海皆安”的说法。也许是沾染了泰山的“福气”，本应是天气越来越寒冷的晚秋季节，却在10月26日这一天变得异常温暖，晒着暖洋洋的阳光，我们与消费者共同迎来了期盼已久的“鲁酒有约”泰安站之行。

“我们是早上六点半从长清坐公交车出发的，由于路上堵车，经过了两个小时才终于赶到，还好没有错过大巴车。”当我们将要发车时，火急火燎抵达集合地点的贺伟指着旁边的老伴笑着对记者说，“之前都是自己一个人参加，这一次我把老伴也一起带上，想让她也到酿酒基地

亲眼见识一下神秘的酿酒过程。两个人一块学习一下。”周恭勤、侯继梅夫妻二人已经多次参加了“鲁酒有约”活动，当记者问到他们为什么喜欢参观酒厂时，比较健谈的侯女士说：“我们就是想多了解一下咱们的鲁酒文化，以前对这些并不了解，通过参观酒厂也确实增长了知识，对咱们的鲁酒文化也有了更深的了解。”

临近中午，当我们的大巴车还没有驶入泰山酒业集团酿酒基地时，神舟飞船的巨大模型就已经映入了消费者的眼帘，行到近处，模型上“五岳独尊 中国航天唯一专用庆功酒”几个大字赫然醒目。在讲解员的带领下，消费者们终于见到了选入大世界基尼斯之最，被认定为“最大的纯粮固态发酵酿酒车间”的小窖酿酒车

间。站在一个个排列整齐的窖池边，大家都在感叹窖池之多，当听到讲解员介绍说这个车间有3000多个时，吴松林有些震惊的说：“我参观过很多酒厂，这是我见过的最大的酿酒车间了，不愧是世界之最啊！”

在参观泰山酒业酿酒基地的过程中，厂家还邀请所有的消费者品尝了刚刚烧出来的原酒，刘金凤虽然是位女士，但是平时对鲁酒文化非常感兴趣，品尝了一小口刚刚烧出来的原酒之后，竖起大拇指说：“酒香很浓郁，入口绵甜干净，非常纯正，还令人回味无穷，真是好酒，太香了！”所有品尝过原酒的消费者都边点头边回味着嘴里遗留的酒香，并且都不断地赞叹着酒味的纯正、酒香的芬芳。

(艾颖超)

# 白酒泰斗集蓉城 共鉴国家标样酒

## ——贵州茅台、水井坊、花冠·K8国家标样品酒鉴定会在成都召开

27日，第二批国家白酒标准样品53%VOL贵州茅台酒、52%VOL水井坊酒、52%VOL花冠K8酒品鉴会在四川成都隆重召开。国家质检总局原副局长、中国品牌建设促进会理事长刘平均、国家标准样品技术委员会秘书长徐大军、国家标准样品技

术委员会酒类分技术委员会秘书长杨明、茅台集团名誉董事长季克良、中国白酒专家沈怡方、高景炎、高月明以及茅台集团、五粮液集团、水井坊股份公司、洋河集团、口子窖股份公司、花冠集团的国家白酒专家组成员参加了这次鉴定会。

据悉，本次国家白酒标准样品鉴定会分二部分，首先是中国白酒专家组成员对三个国家标准样品进行感觉品评，其次是讨论并通过三个国家标准样品理化指标的研、复制报告与定值报告。中国白酒专家组成员在对贵州茅台酒、水井坊酒、花冠K8酒三个国家白酒标准样品感观与理化指标鉴评时，一致认为，这三个不同香型的国家标准样品，感观品评特点突出、优雅芬芳、醇和绵柔、细腻丰满回味怡长，具有独特的风格；理化指标科学、详实、准确，并顺利通过了中国白酒专家组感观与理化指标的鉴定。

花冠K8馥韵芝麻香型白酒是花冠集团顺应鲁酒振兴与发展大趋势，由1名国家白酒专家组成员、5名国家级白酒评委、9名省评委组成的研发团队，多次

向国家一些知名酒企，以及省内芝麻香型白酒生产起步较早的企业，进行学习、交流与探讨的结晶。在研发过程中，他们多次把研发结果与国家权威科研机构进行比对，在技术与工艺上不断调整与创新，经过科研小组的多年研发，形成了从原料选择、酿造环境、到原酒储存形成了一整套成熟的馥韵芝麻香酒生产技术。这次花冠K8馥韵芝麻香酒与国酒茅台酒、中国高端白酒水井坊酒一起共同通过国家标准样品鉴定会鉴定，并得到专家高度评价，既是对花冠产品研发技术的高度认可，同时也意味着花冠酒的产品质量达到了一流国家名酒标准。这对于花冠品牌的提升与鲁酒“中国香、芝麻香”的全面的推广与振兴，必将起到积极的作用。

(本刊记者 王丛)

## 绵柔尖庄，来了

25日，绵柔尖庄山东鲁中区域上市财富说明会在滨州隆重举行，近200名来自全省的经销商以及媒体记者参加了此次会议，曾经的辉煌和刚性需求让所有人信心满满。

自2012年年底开始，在三公消费受限、经济发展迟缓等多重因素的影响下，白酒行业现已进入调整期，消费方式更理性，注重品质，品牌将成为白酒行业发展的趋势。高性价比的低价高质酒更受市场欢迎，酒企纷纷调整策略。为顺应市场形势，2013年，五粮液股份有限公司隆重推出“绵柔尖庄”，以优异的品质、精美的包装、领先的策略，成为五粮液公司战略主推品牌，定价从12元到85元不等，正是刚性需求的白酒消费塔底部分。

会上，五粮液山东区经理李嘉欣表示，中国白酒经过“黄金十年”的高速发展，正在向理性回归，行业进入调整期。五粮液把握行业发展趋势，审视市场环境的变化，在巩固五粮液高端品牌形象与地位的同时，靠创新转化品牌与企业的综合资源优势，向广阔的“民酒”市场进军，绵柔尖庄作为五粮液战略品牌全面进军低端市场。

(本记)

